

Arien Sheridan Arianto Jurnal Global Accounting (April Vol. 4 No. 1 2025) - Arien Sheridan.docx

by eso.hernawan@gmail.com 1

Submission date: 12-Mar-2025 07:15AM (UTC-0500)

Submission ID: 2561474170

File name: Arien_Sheridan_Arianto_Jurnal_Global_Accounting_April_Vol._4_No._1_2025_-_Arien_Sheridan.docx
(761.71K)

Word count: 2651

Character count: 18712

³
Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Melalui Media Digital, Kesadaran Wajib Pajak, Sanksi Perpajakan, Dan Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi UMKM Di Kecamatan Pagedangan

²
Arien Sheridan Arianto¹⁾, Farid Addy Sumantri²⁾

Universitas Buddhi Dharma

Email : ariensheridan990@gmail.com, farid_addy@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh sosialisasi perpajakan melalui media digital, kesadaran wajib pajak, sanksi perpajakan, dan pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi UMKM di Kecamatan Pagedangan. Variabel independen dalam penelitian ini meliputi sosialisasi perpajakan melalui media digital, kesadaran wajib pajak, sanksi perpajakan, dan pengetahuan perpajakan, sedangkan variabel dependen adalah kepatuhan wajib pajak orang pribadi UMKM di wilayah tersebut.

Berdasarkan data populasi di Kecamatan Pagedangan pada tahun 2021 berjumlah 692 populasi. Penelitian ini menggunakan 130 responden, dengan sampel sebanyak 125 data yang dipilih menggunakan metode purposive sampling. Penelitian ini menggunakan data primer yang dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS versi 30 melalui berbagai pengujian, termasuk uji frekuensi, uji statistik deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji koefisien determinasi, analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sosialisasi Perpajakan melalui Media Digital memiliki nilai Sig. $0,001 < 0,05$ yang menunjukkan bahwa Sosialisasi Perpajakan Melalui Media Digital memiliki pengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi UMKM. Kesadaran Wajib Pajak memiliki nilai Sig. $0,001 < 0,05$ yang menunjukkan bahwa Kesadaran Wajib Pajak memiliki pengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi UMKM. Sanksi Perpajakan menunjukkan nilai Sig. $0,032 < 0,05$, yang menunjukkan bahwa Sanksi Perpajakan memiliki pengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi UMKM. Sementara itu, Pengetahuan Perpajakan memiliki nilai Sig. $0,143 > 0,05$ yang menunjukkan bahwa Pengetahuan Perpajakan tidak memiliki pengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi UMKM.

Secara simultan, f hitung yang diperoleh sebesar $176,717 > 2,45$ f tabel dengan nilai Sig. $0,001 < 0,05$, menunjukkan bahwa Sosialisasi Perpajakan melalui Media Digital, Kesadaran Wajib Pajak, Sanksi Perpajakan, dan Pengetahuan Perpajakan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak orang pribadi UMKM di Kecamatan Pagedangan.

Kata Kunci: sosialisasi perpajakan melalui media digital, kesadaran wajib pajak sanksi perpajakan, dan pengetahuan perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi umkm

PENDAHULUAN

Pajak merupakan salah satu sumber pendapatan negara yang penting untuk membiayai berbagai pengeluaran pemerintah dan pembangunan masyarakat. Kepatuhan wajib pajak, baik orang pribadi maupun badan usaha, dalam memenuhi kewajiban perpajakannya adalah fondasi utama bagi keberhasilan sistem perpajakan suatu negara.

Dalam konteks wajib pajak orang pribadi (WPOP), kepatuhan menjadi sangat penting untuk meningkatkan penerimaan negara dari sektor pajak. Winny *et al.*, (2022) menekankan pentingnya upaya pemerintah dalam meningkatkan kepatuhan WPOP melalui edukasi dan sosialisasi peraturan perpajakan. Namun, fenomena terkini menunjukkan adanya keraguan di kalangan WPOP dalam memenuhi kewajiban pajak mereka.

Undang-Undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP) yang diundangkan pada tahun 2021 merupakan langkah pemerintah untuk menyelaraskan ketentuan perpajakan di Indonesia. UU ini membawa perubahan signifikan, termasuk perubahan tarif pajak penghasilan bagi WPOP dan ketentuan khusus bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Apriliawati dan Muhammad (2021) dalam Murtiningtyas *et al.*, (2023) mencatat bahwa perubahan tarif pajak penghasilan UMKM dalam UU HPP berpotensi meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

UMKM, sebagai perekonomian nasional, juga memiliki peran penting dalam kontribusi pajak. Namun, kepatuhan pajak UMKM masih rendah akibat kurangnya pemahaman peraturan

dan sosialisasi yang efektif. Pemerintah telah mengeluarkan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 55 Tahun 2022 sebagai turunan dari UU HPP untuk menyesuaikan pajak penghasilan UMKM, dengan harapan dapat mendorong kepatuhan yang lebih tinggi.

Sosialisasi perpajakan melalui media digital menjadi salah satu strategi penting dalam meningkatkan pemahaman dan kesadaran wajib pajak. Sosialisasi ini bertujuan untuk memberikan informasi yang akurat dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya pajak bagi pembangunan negara.

Kesadaran wajib pajak, yang mencakup pemahaman, kesadaran, dan tanggung jawab terhadap kewajiban perpajakan, adalah aspek penting dalam menciptakan kepatuhan pajak yang tinggi. Kesadaran ini tercermin dalam kepatuhan untuk melaporkan dan membayar pajak tepat waktu, serta menghindari praktik penghindaran pajak.

Sanksi perpajakan, baik administratif maupun pidana, berfungsi sebagai instrumen untuk memastikan kepatuhan terhadap sistem perpajakan. Sanksi ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran wajib pajak akan tanggung jawab mereka dalam mematuhi aturan perpajakan.

Pengetahuan perpajakan, yang mencakup pemahaman tentang aturan, ketentuan, dan prosedur perpajakan, juga berperan penting dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak. Semakin tinggi pemahaman seseorang terhadap perpajakan, semakin besar kemungkinan mereka untuk mematuhi aturan perpajakan yang berlaku.

METODE

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh langsung dari responden menggunakan kuesioner.

Populasi dan Sampel

Penelitian ini menggunakan populasi wajib pajak orang pribadi pemilik UMKM di Kecamatan Pagedangan, dengan jumlah 692 berdasarkan data tahun 2021 dari kecamatan tersebut. Ukuran sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin, dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{692}{1 + (692 \times 0,1^2)}$$

$$n = \frac{692}{1 + (692 \times 0,01)}$$

$$n = \frac{692}{1 + 6,92}$$

$$n = \frac{692}{7,92}$$

$$n = 87,374 \text{ dibulatkan } 87$$

Berdasarkan perhitungan rumus Slovin, diperoleh ukuran sampel sebesar 87,374. Setelah pembulatan, dilakukan uji multikolinearitas yang menunjukkan adanya masalah multikolinearitas. Untuk mengatasi hal tersebut, peneliti melakukan pengujian ulang dengan meningkatkan ukuran sampel menjadi 130 responden. Dari 130 responden tersebut, 125 data dipilih dan dianalisis menggunakan metode purposive sampling.

Teknik Pengumpulan Data

1. Metode kuesioner

Metode ini menggunakan kuesioner yang berisi pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk responden. Kuesioner disusun dalam bentuk ceklis dengan skala Likert untuk mengukur data serta mengevaluasi pandangan dan pendapat wajib pajak orang pribadi UMKM di Kecamatan Pagedangan.

2. Metode Observasi

Metode ini dilakukan dengan mengamati langsung aktivitas atau perilaku responden di lapangan. Observasi bertujuan untuk memperoleh data faktual yang mendukung hasil penelitian dan melengkapi informasi yang didapat dari kuesioner.

3. Metode Dokumentasi

Metode ini mengumpulkan data melalui dokumen tertulis, arsip, atau catatan yang relevan dengan penelitian. Dokumentasi digunakan untuk melengkapi dan memperkuat temuan dari kuesioner dan observasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Frekuensi

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki - Laki	62	49,6	49,6	49,6
	Perempuan	63	50,4	50,4	100,0
Total		125	100,0	100,0	

Dari data Tabel diatas menjelaskan bahwa sebanyak 125 responden telah mengisi kuesioner. Dari jumlah tersebut, terdapat 62 responden laki-laki (49,6%)

dan 63 responden perempuan (50,4%) yang merupakan Wajib Pajak Orang Pribadi pelaku UMKM di Kecamatan Pagedangan. Dengan demikian, uji frekuensi berdasarkan jenis kelamin responden Wajib Pajak Orang Pribadi pelaku UMKM di Kecamatan Pagedangan dalam penelitian ini hampir seimbang antara laki-laki dan perempuan.

Pendidikan Terakhir

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SMP/ sederajat	24	19,2	19,2	19,2
SMA/SMK/ sederajat	37	29,6	29,6	48,8
Diploma (D1/D2/D3)	17	13,6	13,6	62,4
Sarjana (S1)	47	37,6	37,6	100,0
Total	125	100,0	100,0	

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden berada dalam rentang usia 28-38 tahun, yaitu sebanyak 53 orang (42,4%). Kelompok usia 17-28 tahun memiliki 36 responden (28,8%), sementara responden yang berusia 38-50 tahun berjumlah 19 orang (15,2%). Responden yang berusia di atas 50 tahun sebanyak 17 orang (13,6%). Jumlah total responden dalam penelitian ini adalah 125 orang. Distribusi usia responden menunjukkan bahwa mayoritas pelaku UMKM di Kecamatan Pagedangan berusia antara 28 hingga 38 tahun, diikuti oleh mereka yang berusia 17-28 tahun.

Lama Menjalankan Usaha

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang dari 1 tahun	12	9,6	9,6	9,6
1 - 3 Tahun	42	33,6	33,6	43,2
4 - 6 Tahun	41	32,8	32,8	76,0
7 - 10 Tahun	27	21,6	21,6	97,6
Lebih dari 10 tahun	3	2,4	2,4	100,0
Total	125	100,0	100,0	

Pembayaran Wajib Pajak

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ya	83	66,4	66,4	66,4
Tidak	42	33,6	33,6	100,0
Total	125	100,0	100,0	

Dari tabel diatas menjelaskan bahwa lamanya responden dalam menjalankan usaha, terdapat 12 responden yang menjalankan usaha kurang dari 1 tahun, 42 responden menjalankan usaha 1-3 tahun, 41 responden menjalankan usaha 4-6 tahun dan 27 responden menjalankan usaha 7-10 tahun serta terdapat 3 responden menjalankan usaha lebih dari 10 tahun.

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 17 - 28 Tahun	36	28,8	28,8	28,8
28 - 38 Tahun	53	42,4	42,4	71,2
38 - 50 Tahun	19	15,2	15,2	86,4
50 Tahun ke Atas	17	13,6	13,6	100,0
Total	125	100,0	100,0	

Dari total 125 responden yang mengisi kuesioner dalam penelitian ini, sebanyak 24 responden dengan persentase 19,2% memiliki tingkat pendidikan SMP, 37 responden dengan persentase 29,6% memiliki tingkat pendidikan SMA/SMK, 17 responden dengan persentase 13,6% memiliki pendidikan Diploma (D3/D4) dan 47 responden dengan persentase 37,6% memiliki pendidikan Sarjana (S1).

Memiliki NPWP

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ya	125	100,0	100,0	100,0

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden pelaku UMKM di Kecamatan

Pagedangan yang mengisi kuesioner ini memiliki nomor pokok wajib pajak, dimana 125 responden dengan persentase 100% memiliki nomor pokok wajib pajak.

Dari hasil data uji frekuensi, didapatkan hasil bahwa, terdapat 83 responden yang aktif melakukan pembayaran wajib pajak dari 125 responden dengan persentase 66,4% dan terdapat 42 responden yang tidak melakukan pembayaran wajib pajak dengan persentase 33,6%. Hal ini menunjukkan bahwa kebanyakan responden aktif melakukan pembayaran pajak.

Jenis Usaha				
Valid		Frequency	Percent	Cumulative Percent
	Perdagangan (Toko Kelontong, Kios, Grosir, Retail)	24	19,2	19,2
	Kuliner (Warung Makan, Katering, Pedagang Kaki Lima)	35	28,0	47,2
	Jasa (Salon, Bengkel, Laundry, Jasa Kebersihan)	13	10,4	57,6
	Produksi dan Kerajinan (Pembuatan Kue, Kerajinan Tangan, Souvenir)	12	9,6	67,2
	Pertanian dan Perikanan (Budidaya Tanaman, Peternakan, Perikanan)	2	1,6	68,8
	Fashion dan Aksesoris (Pakaian, Sepatu, Aksesoris)	16	12,8	81,6
	Teknologi dan Digital (Layanan Online, Dropshipper, Desain Grafis)	23	18,4	100,0
	Total	125	100,0	100,0

Dari data Tabel diatas menunjukkan bahwa jenis usaha yang paling banyak ditekuni oleh responden adalah perdagangan (toko retail, *online*, *grosir*, *reseller*) dan pelayanan (salon kecantikan, klinik, penyewaan alat, *laundry*, dsb), masing-masing memiliki frekuensi sebesar 24 responden atau 19,2% dari total responden. Hal ini menunjukkan bahwa kedua jenis usaha tersebut memiliki kontribusi yang signifikan dalam data penelitian ini. Sementara itu, usaha di

bidang teknologi dan digital, seperti *startup* dan *software development*, memiliki frekuensi sebesar 23 responden (18,4%).

2. Analisis Statistik Deskriptif

	Descriptive Statistics				
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
SOSIALISASI PERPAJAKAN MELALUI MEDIA DIGITAL	125	13,00	49,00	37,6000	8,33957
KESADARAN WAJIB PAJAK	125	14,00	49,00	37,6000	8,17845
SANKSI PERPAJAKAN	125	13,00	49,00	37,4880	8,79114
PENGETAHUAN PERPAJAKAN	125	13,00	48,00	37,1600	8,87130
KEPATUHAN WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI UMKM	125	14,00	49,00	37,7440	8,38480
Valid N (listwise)	125				

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif diatas, terlihat bahwa variabel Sosialisasi Perpajakan Melalui Media Digital (X1), memiliki nilai rata-rata sebesar 37,6000 dengan standar deviasi 8,33957. Untuk variabel Kesadaran Wajib Pajak memiliki rata-rata sebesar 37,6000 dengan standar deviasi 8,17845. Variabel Sanksi Perpajakan menunjukkan rata-rata 37,4880 dengan standar deviasi 8,79114. Variabel Pengetahuan Perpajakan memiliki rata-rata sebesar 37,1600 dengan standar deviasi 8,87130. Terakhir, variabel Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi UMKM memiliki nilai rata-rata tertinggi, yaitu 37,7440, dengan standar deviasi 8,38480.

Semua variabel menunjukkan nilai rata-rata yang lebih besar dibandingkan standar deviasinya, yang mengindikasikan bahwa data cenderung terkonsentrasi di sekitar rata-rata dengan tingkat penyebaran yang rendah. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap setiap variabel relatif seragam dan tidak terlalu bervariasi.

3. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Dinyatakan
Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Melalui Media Digital (X1)	X1.1	0,779	0,176	VALID
	X1.2	0,824	0,176	VALID
	X1.3	0,820	0,176	VALID
	X1.4	0,805	0,176	VALID
	X1.5	0,787	0,176	VALID
	X1.6	0,807	0,176	VALID
	X1.7	0,800	0,176	VALID
	X1.8	0,839	0,176	VALID
	X1.9	0,770	0,176	VALID
	X1.10	0,825	0,176	VALID

Kesadaran Wajib Pajak (X2)	X2.1	0,782	0,176	VALID
	X2.2	0,783	0,176	VALID
	X2.3	0,797	0,176	VALID
	X2.4	0,766	0,176	VALID
	X2.5	0,792	0,176	VALID
	X2.6	0,816	0,176	VALID
	X2.7	0,803	0,176	VALID
	X2.8	0,785	0,176	VALID
	X2.9	0,815	0,176	VALID
	X2.10	0,830	0,176	VALID

Sanksi Perpajakan (X3)	X3.1	0,807	0,176	VALID
	X3.2	0,830	0,176	VALID
	X3.3	0,852	0,176	VALID
	X3.4	0,763	0,176	VALID
	X3.5	0,809	0,176	VALID
	X3.6	0,782	0,176	VALID
	X3.7	0,738	0,176	VALID
	X3.8	0,786	0,176	VALID
	X3.9	0,826	0,176	VALID
	X3.10	0,811	0,176	VALID

Pengetahuan Perpajakan (X4)	X4.1	0,825	0,176	VALID
	X4.2	0,775	0,176	VALID
	X4.3	0,78	0,176	VALID
	X4.4	0,831	0,176	VALID
	X4.5	0,831	0,176	VALID
	X4.6	0,826	0,176	VALID
	X4.7	0,793	0,176	VALID
	X4.8	0,795	0,176	VALID
	X4.9	0,853	0,176	VALID
	X4.10	0,774	0,176	VALID

Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi UMKM (Y1)	Y.1	0,802	0,176	VALID
	Y.2	0,801	0,176	VALID
	Y.3	0,818	0,176	VALID
	Y.4	0,809	0,176	VALID
	Y.5	0,793	0,176	VALID
	Y.6	0,812	0,176	VALID
	Y.7	0,812	0,176	VALID
	Y.8	0,802	0,176	VALID
	Y.9	0,788	0,176	VALID
	Y.10	0,745	0,176	VALID

Berdasarkan hasil analisis di atas menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi (r) untuk setiap indikator variabel Sosialisasi Perpajakan Melalui Media Sosial (X1), Kesadaran Wajib Pajak (X2), Sanksi Perpajakan (X3), dan Pengetahuan Perpajakan (Y) lebih besar dari nilai r tabel sebesar 0,176 (pada signifikansi 5% dengan n = 125). Oleh karena itu, semua indikator pada kuesioner ini dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,989	50

Berdasarkan hasil pengolahan data pada uji reliabilitas yang ditampilkan dalam tabel di atas, seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,60. Ini mengindikasikan bahwa indikator yang digunakan dalam penelitian ini memiliki tingkat kesesuaian yang baik dan tidak menunjukkan bias atau kecenderungan tertentu.

9 4. Uji Asumsi Klasik a. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		125
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,19422570
Most Extreme Differences	Absolute	,080
	Positive	,057
	Negative	-,080
Test Statistic		,080
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		,050
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	,050
	99% Confidence Interval	Lower Bound ,044
		Upper Bound ,056
a. Test distribution is Normal. b. Calculated from data. c. Lilliefors Significance Correction. d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.		

14 Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* di atas, didapatkan nilai test statistik sebesar 0,080, dan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) adalah 0,050. Karena nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih besar dari nilai yang disyaratkan, yaitu 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini mengikuti distribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	X1	,113	8,835
	X2	,131	7,629
	X3	,175	5,699
	X4	,180	5,546

a. Dependent Variable: Y1

Dari tabel IV.13 ini menunjukkan variabel (X1) Sosialisasi Perpajakan Melalui Media Digital memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,113 > 0,10 dan *VIF* sebesar 8,835 < 10,00. Variabel Kesadaran Wajib Pajak (X2) memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,131 > 0,10 dan *VIF* sebesar 7,629 < 10,00. Variabel Sanksi Perpajakan (X3) memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,175 > 0,10 dan *VIF* sebesar 5,699 < 10,00. Variabel Pengetahuan Perpajakan (X4) memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,180 > 0,10 dan *VIF* sebesar 5,546 < 10,00. Maka, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi antar variabel independen.

c. Uji Heteroskedastisitas

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.925 ^a	.855	.850	3,247

a. Predictors: (Constant), PENGETAHUAN PERPAJAKAN, SANKSI PERPAJAKAN, KESADARAN WAJIB PAJAK, SOSIALISASI PERPAJAKAN MELALUI MEDIA DIGITAL
 b. Dependent Variable: KEPATUHAN WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI UMKM

Berdasarkan pola *scatterplot* di atas, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak di sekitar sumbu Y, baik di atas maupun di bawah angka 0, tanpa membentuk pola tertentu. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak mengalami heteroskedastisitas.

5. Uji Statistik

a. Analisis Regresi Linear Berganda

ANOVA^a

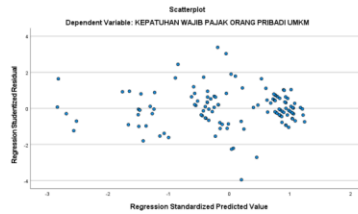
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7452,626	4	1863,157	176,717	<.001 ^b
	Residual	1265,182	120	10,543		
	Total	8717,808	124			

a. Dependent Variable: KEPATUHAN WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI UMKM
 b. Predictors: (Constant), PENGETAHUAN PERPAJAKAN, SANKSI PERPAJAKAN, KESADARAN WAJIB PAJAK, SOSIALISASI PERPAJAKAN MELALUI MEDIA DIGITAL

Berdasarkan hasil uji analisis regresi linear berganda diatas, dapat diperoleh persamaan sebagai berikut:
 $KWPOP = 1,659 + 0,353 \text{ SPMMD} + 0,549 \text{ KWP} + 0,172 \text{ SP} - 0,114 \text{ PP} + \epsilon$

Nilai konstanta (α) dalam model regresi ini memiliki nilai positif sebesar 1,659 yang artinya apabila variabel Sosialisasi Perpajakan Melalui Media Digital, Kesadaran Wajib Pajak, Sanksi Perpajakan, dan Pengetahuan Perpajakan (nilai SPMMD, KWP, SP, dan PP adalah 0) maka nilai Kepatuhan Wajib Pajak adalah sebesar 1,659.

b. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)



Berdasarkan pengujian koefisien determinasi R^2 yang terdapat diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai koefisien determinasi R^2 yang diperoleh sebesar 0,850. Nilai *adjusted R²* mendekati 1 (satu), menunjukkan bahwa model regresi mampu menjelaskan variabel dependen dengan baik. Adapun sisanya sebesar 0,15 dipengaruhi variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

6. Uji Hipotesis

a. Uji F Simultan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1,659	1,380		1,194	,235
	SOSIALISASI PERPAJAKAN MELALUI MEDIA DIGITAL	,353	,184	,351	3,392	<.001
	KESADARAN WAJIB PAJAK	,549	,088	,535	5,573	<.001
	SANKSI PERPAJAKAN	,172	,079	,180	2,168	,032
	PENGETAHUAN PERPAJAKAN	-,114	,077	-,121	-1,475	,143

a. Dependent Variable: KEPATUHAN WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI UMKM

Berdasarkan hasil uji ANOVA atau uji F, diperoleh F hitung 176,717 > F tabel 2,45 dengan sig. 0,001 < 0,05 menandakan bahwa variabel independen Pengetahuan Perpajakan, Sanksi Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, dan Sosialisasi Perpajakan melalui Media Digital secara bersama-sama (simultan) berpengaruh

terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi UMKM.

b. Uji T Parsial

Model		Unstandardized Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	1,859	1,390		1,184	,235
	SOSIALISASI PERPAJAKAN MELALUI MEDIA DIGITAL	,353	,104	,351	3,392	<,001
	KESADARAN WAJIB PAJAK	,549	,098	,535	5,573	<,001
	SANKSI PERPAJAKAN	,172	,078	,180	2,188	,032
	PENGETAHUAN PERPAJAKAN	-,114	,077	-,121	-1,475	,143

a. Dependent Variable: KEPATUHAN WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI UMKM

Dari data diatas yang mana pada Tabel IV.16, maka diperoleh hasil analisis sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan hasil uji t pada variabel Sosialisasi Perpajakan Melalui Media Digital (X1), diperoleh nilai t hitung 3,392 > t tabel 1,661 dengan tingkat signifikansi 0,001 < 0,05. Hal ini berarti sosialisasi perpajakan melalui media digital secara parsial berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi UMKM.
- 2) Berdasarkan hasil uji t pada variabel Kesadaran Wajib Pajak (X2), diperoleh nilai t hitung 5,573 > t tabel 1,661 dengan tingkat signifikansi 0,001 < 0,05. Hal ini berarti Kesadaran Wajib Pajak secara parsial berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi UMKM.
- 3) Berdasarkan hasil uji t pada variabel Sanksi Perpajakan (X3), diperoleh nilai t hitung

2,168 > t tabel 1,661 dengan tingkat signifikansi 0,032 < 0,05. Hal ini berarti Sanksi Perpajakan secara parsial berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi UMKM.

- 4) Berdasarkan hasil uji t pada variabel Pengetahuan Perpajakan (X4), diperoleh nilai t hitung -1,475 < t tabel 1,661 dengan tingkat signifikansi 0,143 > 0,05. Hal ini berarti Pengetahuan Perpajakan secara parsial tidak berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi UMKM.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Sosialisasi Perpajakan Melalui Media Digital ternyata cukup efektif dalam mendorong para pelaku UMKM, maka Sosialisasi Perpajakan Melalui Media Digital berpengaruh Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi UMKM untuk membayar pajaknya.
2. Semakin tinggi kesadaran akan kewajiban pajak, semakin tinggi pula tingkat kepatuhan wajib pajak, maka Kesadaran Wajib Pajak berpengaruh Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi UMKM.
3. Semakin tegas penerapan sanksi perpajakan, semakin tinggi tingkat kepatuhan wajib pajak. Dengan demikian, Sanksi Perpajakan berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang

- Pribadi UMKM di Kecamatan Pagedangan.
- Meskipun tingkat pemahaman tentang peraturan pajak meningkat, hal tersebut tidak selalu diikuti dengan peningkatan kepatuhan wajib pajak. Dengan demikian, Pengetahuan Perpajakan tidak berpengaruh terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi UMKM.
 - Secara keseluruhan, Sosialisasi Perpajakan Melalui Media Digital (X1), Kesadaran Wajib Pajak (X2), Sanksi Perpajakan (X3), dan Pengetahuan Perpajakan (X4) secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak individu UMKM di Kecamatan Pagedangan.

REFERENSI

- Angeline, M. (2024). Pengaruh Pemahaman Peraturan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Sosialisasi Perpajakan dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengusaha Online Pada Aplikasi Shopee. GLOBAL ACCOUNTING : JURNAL AKUNTANSI.
- Kristina, M., & Simbolon, S. (2023). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Sanksi Pajak, Pelayanan Fiskus Dan Manfaat Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pemilik Umkm (Studi Kasus Terhadap Wajib Pajak Pemilik UMKM di Kec. Cibodas Tangerang). GLOBAL ACCOUNTING : JURNAL AKUNTANSI.
- Naftali. (2023). Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Pasar Lama Kota Tangerang. GLOBAL ACCOUNTING : JURNAL AKUNTANSI.
- Priyatna, N. R. (2023). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Perpajakan, dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Pasar Lama Tangerang. GLOBAL ACCOUNTING : JURNAL AKUNTANSI.
- Sumantri, F. A., Kristanto, A. D. (2024) Pengetahuan Perpajakan, Minat, Persepsi Dan Penghargaan Finansial Terhadap Pilihan Berkarir Di Bidang Perpajakan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma). Prosiding: Ekonomi dan Bisnis.
- Sutandi., Suharli, N. (2023) Pengaruh Motivasi, Self Assessment System dan Lingkungan Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Pada Wajib Pajak UMKM Di Perumahan Bayur Sarana Indah). Prosiding: Ekonomi dan Bisnis.
- Vanesa, L. (2024). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Self Assessment System, dan Pelayanan Fiskus terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pemilik UMKM (Studi Kasus terhadap Wajib Pajak Pemilik UMKM di Kecamatan Tangerang). GLOBAL ACCOUNTING : JURNAL AKUNTANSI.
- Varian, & Jenni. (2023). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Sosialisasi Perpajakan dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Studi Kasus di Kecamatan Pinang 2022). GLOBAL ACCOUNTING : JURNAL

AKUNTANSI.

- Yani, Rindri & Simbolon, Sabam. (2023) Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Sanksi Perpajakandan Tarif Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM (Studi Kasus pada Mahasiswa dan Mahasiswi di Universitas Buddhi Dharma). eCo-Buss.
- Yanti, L. D., Wijaya, V, S. (2023) Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Tarif Pajak, Mekanisme Pembayaran Pajak dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. eCo-Buss.
- Yulia, Y., Wijaya, R. A., Sari, D. P., & Adawi, M. (2020). Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Kesadaran Wajib Pajak, Tingkat Pendidikan, dan Sosialisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pada UMKM di Kota Padang. JURNAL EKONOMI DAN MANAJEMEN SISTEM INFORMASI.
- Yuliyah, S. (2022). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan, Sanksi Perpajakan dan Self Assesment System terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi UMKM di Surabaya. SOETOMO ACCOUNTING REVIEW.

ORIGINALITY REPORT

13%

SIMILARITY INDEX

12%

INTERNET SOURCES

6%

PUBLICATIONS

1%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	jurnal.buddhidharma.ac.id Internet Source	7%
2	jurnal.ubd.ac.id Internet Source	1%
3	repository.unimus.ac.id Internet Source	1%
4	repository.trisakti.ac.id Internet Source	1%
5	mail.ejournal.uncen.ac.id Internet Source	<1%
6	repository.umsu.ac.id Internet Source	<1%
7	jimfeb.ub.ac.id Internet Source	<1%
8	repository.unsri.ac.id Internet Source	<1%
9	Luh Novi Merta Sari, Made Mulia Handayani. "Pengaruh Premi Asuransi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Jasa Asuransi Kendaraan Pada PT Asuransi Bina Dana Arta Denpasar", Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium, 2019 Publication	<1%
10	Susan Susan, Shinta Melzatia. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Wajib Pajak	<1%

UMKM dengan Sosialisasi Perpajakan sebagai Variabel Moderasi", BUDGETING : Journal of Business, Management and Accounting, 2024
Publication

11 jurnal.polines.ac.id <1 %
Internet Source

12 repo-dosen.ulm.ac.id <1 %
Internet Source

13 Michele Sudiarto, Eko Budi Santoso.
"Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Sanksi Perpajakan, dan Perkembangan Teknologi Perpajakan terhadap kepatuhan Wajib pajak Orang Pribadi UMKM di Kota Semarang", FISCAL: Jurnal Akuntansi dan Perpajakan, 2024
Publication

14 Giovani Giovani, Kurnia Rina Ariani.
"Pengaruh Penerapan E-Registration, E-Filing, Dan E- Billing Terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Menjalankan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Pada KPP Pratama Sukoharjo", Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING), 2024
Publication

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On